

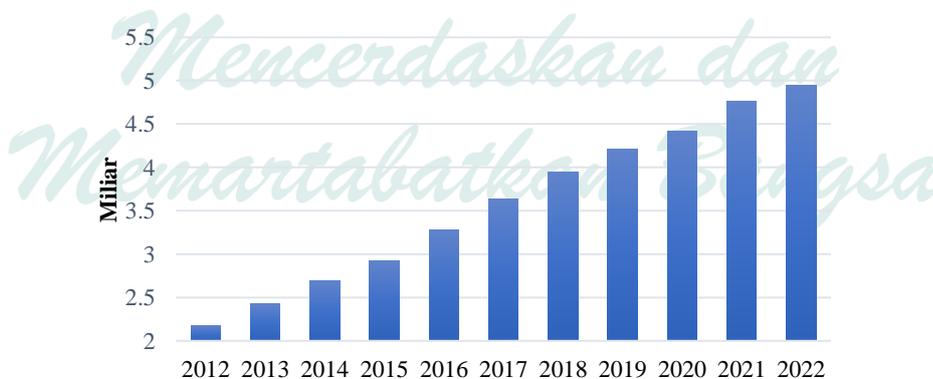
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Kehidupan manusia yang dimulai dengan sederhana, saat ini tergolong sangat modern berkat terciptanya teknologi. Teknologi yang hadir dengan kemudahannya menjadi cara baru bagi berbagai aktivitas manusia (Selvia, 2018). Dalam era globalisasi sekarang ini, kebutuhan akan teknologi informasi menjadi hal yang vital bagi masyarakat dunia (T. Rahmawati & Widaningsih, 2022). Adanya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang, mampu membantu memajukan setiap aspek kehidupan manusia. Hal ini kemudian memudahkan masyarakat dunia dalam mendapatkan informasi dan melakukan komunikasi.

Kita dapat mengetahui peristiwa yang sedang terjadi di wilayah lain atau bahkan di belahan dunia yang lain (Saefullah, 2020). Salah satu perkembangan di bidang teknologi komunikasi dan informasi adalah terciptanya internet. Seiring berjalannya waktu, internet sudah menjadi kesatuan kebutuhan gaya hidup yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat dunia (Fuadi et al., 2022). Berdasarkan data *global overview report* yang dilansir dari Data Reportal, saat ini internet memenuhi hampir setiap ruang kehidupan sehingga internet menjadi kebutuhan utama manusia di masa modern.



Sumber: DataReportal (2022)

**Grafik 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Dunia (2012 - 2022)**

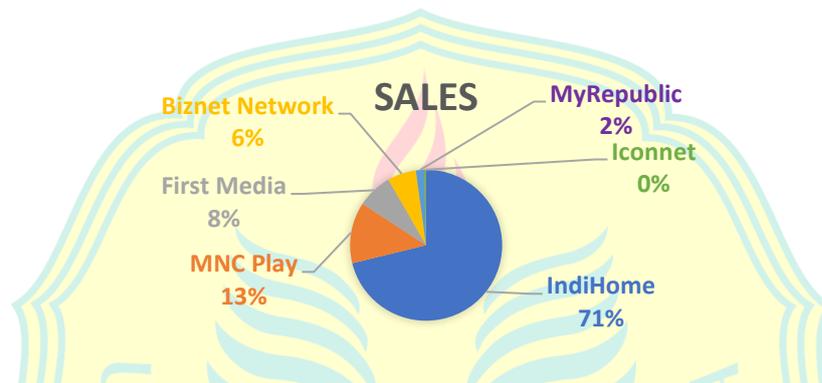
Berdasarkan wilayah, dilansir oleh We Are Social (2022) tingkat pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta (73,7% dari total populasi Indonesia). Selain itu, peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini dipengaruhi oleh Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat merebaknya COVID-19. Pemberlakuan pembatasan yang dilakukan seperti sistem kerja *Work from Home* (WFH) dan sistem pembelajaran jarak jauh, menjadikan masyarakat diimbau melakukan pembatasan jarak agar penyebaran virus COVID-19 dapat berkurang (Santoso et al., 2022).

Berdasarkan data Dinas Ketenagakerjaan DKI Jakarta, per 20 April sebanyak 3.725 perusahaan telah menerapkan WFH dengan jumlah total pekerja sebanyak 1.026.875 tenaga kerja (Disnakers DKI Jakarta, 2020). Fenomena WFH akibat Pandemi COVID-19 meningkatkan kebutuhan masyarakat akan jaringan internet dan memberikan efek pada pertumbuhan industri telekomunikasi di Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS), industri telekomunikasi pada kuartal kedua tahun 2020 tumbuh 10,9% dibandingkan kuartal yang sama pada tahun lalu (kuartal kedua 2019) (BPS, 2021).

Perusahaan yang mengikuti peluang pertumbuhan pada industri telekomunikasi ini yaitu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Persero) yang biasa disebut Telkom Indonesia. PT. Telekomunikasi Indonesia adalah perusahaan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia (AilijaaFR et al., 2020). Telkom Group menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media, dan *edutainment*. Salah satu anak perusahaan telekomunikasi milik PT. Telekomunikasi Indonesia adalah IndiHome (Indonesia Digital Home) yang menyediakan paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah, internet, dan layanan televisi interaktif. Karena penawaran inilah Telkom memberi label IndiHome sebagai layanan *3 in 1* (IndiHome, 2020a).

Jaringan IndiHome telah tersebar di seluruh Indonesia. IndiHome menarik minat konsumen dengan menawarkan berbagai keunggulan pada jaringan internet yang digunakan dengan adanya teknologi fiber optik yang lebih stabil dan lebih cepat ketika konsumen mengakses internet. Keunggulan lain dari IndiHome adalah

dapat mengirim data hingga 300Mbps dan diklaim dapat bertahan dalam segala kondisi dan cuaca. IndiHome juga menawarkan berbagai pilihan kecepatan dan kemasan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen (IndiHome, 2020b). IndiHome memiliki berbagai keunggulan dibandingkan pesaingnya dan strategi yang disiapkan dengan matang, IndiHome yakin dapat bersaing dan menjadi pilihan masyarakat sebagai layanan *broadband*.



**Grafik 1.2 Jumlah Konsumen Perusahaan Fixed Broadband di Indonesia Tahun 2021**

Sumber: World Bank (2021)

Data pada grafik 1.2 menunjukkan dari 6 perusahaan *fixed broadband*, PT. Telekomunikasi Indonesia unggul dalam memiliki jumlah konsumen terbanyak sebesar 8,15 juta konsumen (World Bank, 2021). Keunggulan bersaing Telkom Indonesia juga tidak lepas dari strateginya untuk peningkatan *digital capabilities* dan pengembangan bisnis. Telkom secara cermat mengidentifikasi dan tepat memilih strategi dengan konsep *Build, Borrow, and Buy* yang berkonsiderasi pada *value proposition* perusahaan. Keberhasilan Telkom Indonesia dibuktikan dengan adanya pertumbuhan pelanggan IndiHome yang dimana maksud pelanggan dalam hal ini merupakan konsumen yang telah berlangganan selama lebih dari satu tahun sesuai ketentuan yang diatur dalam perjanjian kontrak berlangganan.

**Tabel 1.1 Pertumbuhan Pelanggan IndiHome (2019-2021)**

Tahun	Pelanggan (Juta)
2019	7
2020	8.02
2021	8.4

Sumber: Kompas (2021), Tribunnews (2021), dan CNBCIndonesia (2020)

IndiHome mengalami pertumbuhan pelanggan sebanyak 8.4 juta yang mengartikan bahwa IndiHome memiliki konsumen loyal yang telah berlangganan IndiHome lebih dari 12 bulan (Kompas, 2021). Pertumbuhan tersebut dapat diterjemahkan sebagai adanya manfaat dari perusahaan sehingga tercapainya loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh adanya kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen diterjemahkan sebagai penilaian bahwa produk atau layanan yang ada memberikan tingkat pemenuhan pada konsumsi yang menyenangkan. Hal ini positif karena masuk ke dalam hasil yang optimis dari sumber daya tertentu dan pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi (Gao, 2018). Kepuasan konsumen merupakan variabel penting yang menunjuk pada loyalitas konsumen (Minta, 2018).

Dalam pelayanannya, IndiHome menyediakan sebuah produk modem yang diberikan kepada konsumen IndiHome dengan menempatkan modem tersebut di rumah konsumen selama masa berlangganan. Sebagai perusahaan yang ingin terus bertumbuh, IndiHome memiliki tanggungjawab untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan konsumen (Anggita & Ali, 2017). Menurut Chaniago (2020) strategi kualitas produk dapat dihadirkan melalui delapan dimensi kualitas produk, yaitu: (1) *Performance*, (2) *Aesthetics*, (3) *Special features*, (4) *Conformance*, (5) *Reliability*, (6) *Durability*, (7) *Preceived quality*, dan (8) *Service ability*.

*Performance* pada IndiHome terdapat masalah pada kekecewaan yang dirasakan konsumen ketika produk modem yang digunakan mengalami *LOS internet*. Hal tersebut menjadi keluhan bagi konsumen dan mengeluhkan masalah yang dialami ke *Customer Service*. Selanjutnya, teknisi datang untuk menindaklanjuti masalah pada produk modem tersebut. Namun, teknisi yang datang tetap tidak bisa memperbaiki kerusakan yang ada pada modem tersebut. Masalah ini berkaitan dengan performa produk yang dimiliki IndiHome masih perlu diatasi untuk meminimalisir kekecewaan konsumen (Lestari, 2021).

*Special features* oleh IndiHome terdapat kelemahan pada tidak adanya fitur tambahan yang melengkapi fitur dasar pada produk modem yang dimiliki. Modem IndiHome hanya tersedia dengan produk yang peletakannya tidak portable sehingga tidak dapat dibawa keluar dari modem tersebut diletakkan. Ini berarti pengguna hanya dapat menggunakan layanan internet IndiHome hanya ketika berada dalam rumah. Apabila pelanggan memiliki rumah yang luas dan membutuhkan akses yang tidak terjangkau, hanya dapat dilakukan dengan solusi menambahkan *router* tambahan yang perlu dikeluarkan anggaran lebih untuk menyediakan solusi tersebut (Mahendra, 2021).

*Conformance* pada IndiHome terdapat masalah pada konsumen yang mendapatkan paket *add on* lain yang tidak pernah diminta sebelumnya. Hal ini menyebabkan kenaikan biaya tagihan yang selalu didapat oleh konsumen tiap bulannya. Selain itu, konsumen juga merasa kecepatan internet tidak sesuai dengan paket yang dia pasang. Hal ini menyebabkan kekecewaan bahwa dalam hal ini terdapat masalah pada IndiHome terkait tingkat kesesuaian spesifikasi yang ditawarkan dan yang diterima konsumen (Alim, 2020).

*Reliability* pada IndiHome terdapat masalah pada modem milik konsumen yang rusak dengan ditandai seringnya modem mengalami *error*. Mulanya, modem sering restart dengan sendirinya lalu kembali normal setelah beberapa saat. Seringnya hal tersebut terjadi juga menjadi penyebab modem menjadi rusak dan tidak dapat dipakai. Meskipun konsumen mengerti masalah kerusakannya dan dapat mengganti adapter modem tanpa mendatangkan teknisi, hal ini tentu juga menjadi hal yang mengecewakan bagi konsumen terhadap IndiHome sebagai perusahaan penyedia layanan internet (Prayogo, 2019).

*Durability* oleh IndiHome memiliki masalah terkait konsumen yang memiliki modem IndiHome yang terkesan tidak awet sesuai masa pakai. Dalam kurun waktu satu bulan terakhir, salah satu konsumen IndiHome memiliki masalah pada modem yang terus menunjukkan tanda merah. Terhitung, sebanyak delapan kali dalam 30 hari terakhir masalah itu terjadi dengan durasi paling tidak selama tiga hari setiap kali modem tersebut bermasalah. Tentunya hal ini sangat merugikan konsumen

yang setiap harinya harus menjalani *work from home*. Hal ini mewajibkan IndiHome untuk mengevaluasi masalah terkait *durability* pada modem IndiHome (Imam, 2021).

*Service ability* pada IndiHome memiliki masalah dengan keluhan konsumen yang mengalami matinya koneksi internet yang sudah berlangsung selama hampir sebulan. Dimulai sejak pertengahan bulan April sampai dengan Mei 2022, tidak adanya koneksi internet yang menjadi masalah tersebut sangat merugikan pihak konsumen. Dalam hal ini, konsumen sudah sering melakukan komplain yang ditujukan kepada *Customer Service* 147. Namun, pelayanan yang dilakukan hanya terkesan memberikan janji untuk memperbaiki tanpa adanya tanggapan lanjut secara langsung dengan mengirim teknisi ke rumah konsumen. Hal ini membuat konsumen kecewa akan tidak berkualitas kemampuan pelayanan yang dimiliki IndiHome dalam menanggapi keluhan konsumen (Emo, 2022)

Permasalahan tersebut telah menunjukkan bagaimana peran kualitas produk pada kepuasan konsumen. Dimana kepuasan konsumen merupakan hal penting yang harus diusahakan perusahaan dalam rangka menciptakan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen dapat dicapai apabila konsumen mampu memberikan nilai dan persepsi atas kualitas pelayanan yang memenuhi harapan. Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Ardiansyah, 2017). Kualitas pelayanan yang sesuai ekspektasi konsumen menciptakan pengaruh yang baik kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang loyal dengan perusahaan (Prayogi et al., 2021). Parasuraman (1988) mengukur kualitas pelayanan dengan mengusulkan model SERVQUAL yang direduksinya menjadi lima dimensi, yaitu (1) *Tangibles*, (2) *Reliability*, (3) *Responsiveness*, (4) *Assurance*, dan (5) *Empathy*.

*Tangibles* pada IndiHome memiliki masalah ketika konsumen mengalami keluhan *LOS internet* yang pada akhirnya terdapat teknisi yang datang untuk melakukan perbaikan. Namun, pemasangan perbaikan yang dilakukan oleh teknisi memberikan hasil yang tidak rapih dengan tampak wujud kabel yang berantakan dan tanpa perlindungan apapun (Tony, 2017). Pada dasarnya, pemasangan kabel

jaringan IndiHome memang banyak menimbulkan keluhan. Seperti yang dilaporkan oleh Dodi (2020a) dan Sulistiyono (2021) yang mengeluhkan kabel fiber IndiHome dipasang secara tidak rapih sehingga menempel beberapa bagian rumah seperti menempel pada pagar balkon dan kanopi rumah. Hal ini memberi dampak pada merusak keindahan dan berbahaya bagi wilayah sekitar pemukiman.

Keluhan pemasangan kabel fiber yang semrawut seperti itu membuat pihak IndiHome tentunya juga mendapat teguran dari pemerintah. Berkaitan daerah tersebut seperti yang dilaporkan oleh Amirudin (2020) dan Asriani (2021) dimana terdapat teguran langsung yang dilakukan oleh Wakil Ketua Bidang Infrastruktur, Tata Ruang & Kawasan Permukiman, Ruslan Sermat dan Anggota Komisi III DPRD Bontang, Abdul Samad kepada PT Telkom Indonesia sebagai pengelola jaringan indihome, agar memasang kabel secara rapi dan tidak semrawut.

*Reliability* pada IndiHome dimana terdapat permasalahan dalam kasus ketidaksesuaian dalam biaya layanan dan kecepatan internet yang diterima konsumen. Terdapat konsumen yang mengalami kenaikan biaya layanan yang sebelumnya dijanjikan Rp. 390.000 sebulan yang sesuai dengan perjanjian kontrak berlangganan diawal saat pemasangan. Namun, beberapa bulan kemudian mengalami kenaikan tagihan sebesar Rp. 410.000 sebulan dikarenakan alasan biaya sewa STB naik yang dari semula Rp 40.000 menjadi Rp 60.000. Dan berlanjut hingga paling besar berubah menjadi Rp. 451.000 sebulan yang berarti pihak layanan menaikkan harga secara sepihak dan tidak sesuai dengan perjanjian (Yongky, 2018).

Selanjutnya, terdapat masalah ketidaksesuaian kondisi yang dialami oleh konsumen yang mengalami gangguan internet. Hal ini terjadi ketika konsumen bernama Yudi melakukan komplain sebanyak 25 kali melalui email pengaduan IndiHome. Namun, pihak IndiHome mengklaim bahwa terdapat masalah jaringan massal pada daerah konsumen tersebut. Lantas, konsumen merasa informasi tersebut tidak sesuai karena tetangga sekitar tidak mengalami gangguan sama sekali. Hal ini membuat konsumen kecewa dengan ketidaksesuaian informasi oleh

IndiHome yang dikesankan hanya beralasan dan tidak bertanggungjawab (Yudi, 2021).

Selain ketidaksesuaian biaya langganan, ketidaksesuaian kecepatan internet juga menjadi masalah seperti yang dialami oleh Senjaya (2019) dan Ardianto (2022) yang mengeluhkan kelambatan koneksi internet yang seharusnya tidak didapatkan karena menjadi konsumen dengan paket 20 Mbps dan 100 Mbps. Tentu saja hal tersebut merugikan konsumen yang telah membayar penuh untuk paket 20 Mbps dan 100 Mbps namun tidak mendapatkan sesuai yang diharapkan untuk berinternet cepat. Karena itu, konsumen berkali-kali melakukan *complaint* ke akun Twitter IndiHomeCare untuk meminta pengecekan oleh teknisi langsung di rumah. Dilaporkan oleh Rizky (2021) yang mengalami hal serupa pun berkali-kali melakukan *complaint* yang justru mendapatkan *feedback* yang tidak ramah dari *Customer Service* yang menanggapi dengan nada yang tinggi serta menyangkal bahwa keluhan tersebut bukan ranah dia sebagai *Customer Service*.

*Responsiveness* yang menjadi masalah pada IndiHome yaitu adanya respon yang menyepelkan konsumen dan terkesan tidak bertanggung jawab. Keluhan tersebut merujuk pada teknisi yang bermasalah seperti yang dialami oleh Wibowo (2022) yang sebelumnya mengajukan pemasangan baru IndiHome untuk paket layanan kecepatan 30 Mbps dengan harga Rp275.000. Diinfokan melalui website IndiHome dan CS di telepon 147 menyatakan area tempat tinggal konsumen terdukung layanan IndiHome dan siap pasang. Namun, keesokan harinya teknisi datang dengan mengklaim bahwa area rumah konsumen tidak terdukung untuk diinstalasi layanan internet dan menolak untuk instalasi internet sementara tetangga sekitar konsumen berlangganan IndiHome yang mengartikan bahwa adanya pernyataan kontradiktif oleh teknisi tersebut yang tidak sesuai dengan fakta lapangan.

Selain itu, terdapat permasalahan dimana teknisi tidak datang disaat terdapat masalah seperti yang dihadapi oleh Agus (2022) dan Haryani (2022) ketika terjadi *los connection* dan telepon yang rusak. Pengalaman yang sama dialami oleh para konsumen ketika dijanjikan untuk ditangani secara langsung namun teknisi tidak

kunjung datang. Kasus teknisi yang tidak bertanggungjawab juga dilaporkan oleh Panji (2018) dan Amrullah (2019) dimana teknisi tidak menepati janji untuk datang kembali setelah melakukan pengerjaan yang belum tuntas untuk perbaikan kabel modem dan pemasangan modem UseeTV yang seharusnya masih butuh pengerjaan lanjutan untuk perbaikan secara keseluruhan.

*Assurance* IndiHome terdapat masalah pada pelayanan internet yang seringkali terputus yang selalu ditandakan dengan lampu merah pada modem. Hal tersebut membuat konsumen mengajukan keluhan kepada 147 yang juga susah untuk dihubungi. Selanjutnya, teknisi datang untuk menangani keluhan dengan mengecek dan menangani perangkat kabel fiber optik yang diklaim kotor oleh teknisi. Namun, tidak lama kemudian gangguan sinyal terputus tersebut kembali menjadi masalah. Konsumen merasa dirugikan dengan pelayanan yang tidak memuaskan sementara ia berlangganan paket 50 Mbps dengan harga Rp.900.000 per bulan (Dachlan, 2021).

Konsumen asal Sumedang, Ismanto (2020) berpendapat bahwa layanan IndiHome tidak direkomendasikan karena kekecewaan yang ia dapatkan membuatnya untuk memilih memutus instalasi IndiHome dan meminta pengembalian deposit. Pemutusan yang dilakukan oleh Pak Ismanto bukan tanpa alasan. Beliau merasa dirugikan dengan tidak adanya progress perbaikan dengan ketidaksesuaian informasi yang ia dapat antara 147 dan teknisi. Masalah lainnya yang memperburuk *assurance* IndiHome adalah dimana ketika konsumen tidak mendapatkan hak *refund* depositnya setelah menunggu lebih dari 14 hari kerja. Hal ini bermula ketika pengajuan pemasangan melalui aplikasi dan mengisi formulir secara luring dan terdapat permintaan deposit sebesar Rp. 345.000 untuk kemudian mendapatkan pelayanan selama 7x24 jam. Namun, ternyata konsumen tidak mendapat pelayanan pemasangan tersebut hingga hari ke sepuluh yang menyebabkan konsumen datang ke gerai IndiHome untuk mengajukan *refund*. Dan kali ini, pengajuan *refund* tersebut juga tidak ditanggapi hingga 14 hari kerja yang menyebabkan konsumen tidak menerima *refund* miliknya yang sudah seharusnya menjadi haknya (Erynardi, 2020).

Buntut panjang masalah *assurance* IndiHome mengakibatkan konsumen IndiHome menuntut kompensasi akibat gangguan koneksi yang sering dialami terutama ketika gangguan kabel Jasuka yang berlangsung tiga hari. Sementara itu, Agus Suyatno selaku pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mengatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi sesuai dengan yang ada di dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen (Arifin, 2021). Reaksi lainnya juga datang dari Alvin Lie selaku anggota Ombudsman yang menerima berbagai keluhan konsumen IndiHome yang keluhannya tak kunjung terselesaikan. Dengan fenomena tersebut, Alvin Lie kemudian membuka layanan pengaduan pelanggan IndiHome yang mengalami masalah serupa. Keluhan ini rencananya akan disampaikan kepada direksi Telkom agar ada perbaikan sistem pelayanan (Fatimah, 2020b).

*Empathy* pada IndiHome terdapat masalah pada kasus ketika konsumen memasang IndiHome untuk pertama kali dirumahnya. Konsumen heran karena pihak teknisi hanya melakukan pemasangan modem tanpa memberikan arahan kepada konsumen untuk bagaimana cara mengatur modem yang telah terpasang tersebut. Ketika ditanya oleh konsumen tersebut tentang bagaimana pengoperasian produk yang dipasangkan, teknisi tersebut hanya menyuruh untuk “otak-atik” sendiri oleh konsumen tersebut. Hal ini yang dirasakan konsumen tentang pelayanan yang tidak ramah oleh petugas teknisi (Artanto, 2020). Hal yang serupa juga dialami oleh Dodi (2020b) yang mengalami gangguan internet mati memberikan keluhan karena teknisi yang datang setelah mendapatkan laporan tersebut hanya datang tanpa melakukan perbaikan dan tanpa solusi.

Selain itu, Chandra (2021) dalam laporannya mengalami keluhan berat dikarenakan proses pemindahan alamat pelanggan tidak dilaksanakan pemasangan oleh pihak IndiHome walaupun telah membayar lunas biaya tagihan yang diterima. Selanjutnya, seorang mahasiswi juga mengalami keluhan yang cukup rumit karena mengalami kesulitan yang membingungkan perihal pemutusan, pengembalian alat, dan penerimaan refund deposito yang dipersulit. Biaya pemutusan diketahui dikenakan sebesar Rp. 225.000. Selain hal itu, refund deposito juga dipersulit

karena pihak IndiHome mengklaim bahwa konsumen tidak pernah membayar deposito padahal konsumen tersebut memiliki bukti keras pembayaran deposito (Gutra, 2020).

Mengenai hal tersebut, anggota Ombudsman RI Alvin Lie menyediakan saluran tematik bagi konsumen IndiHome yang merasa dirugikan. Hal ini dilakukan karena juga terdapat laporan bahwa adanya ancaman oleh pihak IndiHome kepada konsumen yang tidak membayar tagihan padahal sudah melakukan pemutusan berlangganan. Hal tidak masuk akal tersebut membuat Alvin Lie membuka saluran keluhan dan akan membawa laporannya tersebut kepada direksi IndiHome (Fatimah, 2020a).

Menurut Sukma (2020) dalam rangka menjaga kualitas layanan, perusahaan penyelenggara akses internet seharusnya tidak hanya memiliki fokus peningkatan variasi layanan *front end* atau komersialisasi, namun juga perlu memiliki fokus pada layanan *back end* yang merupakan layanan penanganan gangguan sesuai standar SLA (Service Level Agreement). SLA merupakan standar level kualitas dalam hal kecepatan dan kesesuaian fitur layanan yang diberikan industri penyelenggara akses internet. Layanan penanganan gangguan sangat penting untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen. Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen (Dewi et al., 2022).

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Indihome di DKI Jakarta)”.

## **1.2. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang peneliti uraikan, maka terdapat beberapa pertanyaan yang dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap signifikan loyalitas konsumen, yang dimediasi oleh kepuasan konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti uraikan, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta.
5. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta.
6. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, yang dimediasi oleh kepuasan konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta.

7. Untuk menganalisis pengaruh signifikansi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, yang dimediasi oleh kepuasan konsumen layanan IndiHome di DKI Jakarta.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta menambah pengetahuan bagi pembaca khususnya yang berkaitan dengan pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menjadi informasi untuk pembaca tentang faktor yang akan mempengaruhi loyalitas konsumen pada layanan internet IndiHome di Jakarta.

- b. Bagi Peneliti

Penelitian ini memperluas pengetahuan serta wawasan peneliti terutama dalam loyalitas konsumen, faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, dan dampak dari adanya loyalitas konsumen untuk layanan internet IndiHome.

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*